

На правах рукописи

Абдулова Венера Фанильевна

Современная государственная пропаганда:
теоретические и прикладные аспекты

Специальность 23.00.02 – политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и
политические процессы и технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Казань – 2007

Работа выполнена на кафедре прав человека
и политико-правовых учений Института права Башкирского
государственного университета

Научный руководитель:	доктор политических наук, профессор М.М. Утяшев
Официальные оппоненты:	доктор философских наук, профессор А.Г. Воржецов кандидат философских наук А.Б. Валеев
Ведущая организация:	Башкирская академия государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан

Защита состоится 18 октября 2007 года в 14 ч. На заседании
диссертационного совета Д.212.081.06 по присуждению ученой
степени кандидата политических наук при Казанском
государственном университете по адресу:

420008, г.Казань, ул. Кремлевская, д.18, корп. 2, ауд. 215

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке
Казанского государственного университета

Автореферат разослан «17» сентября 2007 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических наук,
доцент

А.Г. Большаков

Общая характеристика работы

Актуальность темы. Множество проблем, характерных для трансформирующегося общества детерминировали преимущественную ориентацию российского государства на краткосрочные медиакратические способы управления обществом. Как показывает практический опыт, этот тип политических технологий существенно ограничивает инициативу государства, как института, представляющего полинациональные интересы. В то же время пропаганда как самостоятельная политическая технология, способствующая интеграции политической культуры на основе общепризнанной системы ценностей и идеологии используется явно неэффективно.

Минимизация государственной политической пропаганды как специфического и наиболее органичного для государства способа организации политического диалога приводит к отсутствию единых общенациональных ценностей и усилению самоидентичности по «локальным» признакам (напр., национальность, религия), что способствует, в свою очередь, усилению ксенофобии и других конфликтогенных факторов социального взаимодействия. В то же время, учитывая опыт тоталитарного прошлого, необходимо понимать, что использование пропаганды в конструировании политических коммуникаций, мифов и стереотипов неизбежно предполагает сознательное отношение к возможным последствиям как стереотипизации, так и подобного «строительства».

Состояние научной разработанности данной темы определяется тем парадоксальным фактом, что пропаганда, когда-то стимулировавшая исследования коммуникативных и информационных взаимодействий в обществе, ставшая мощным толчком к изучению социально-психологических процессов, сейчас оказалась в некоторой степени за пределами фундаментальных академических исследований.

В современной литературе практически нет работ, посвященных анализу пропаганды с позиций сегодняшнего дня, равно как отсутствуют предметные исследования роли, методов и функций пропаганды в трансформирующихся обществах. В целом, разработку данной темы можно охарактеризовать как довольно фрагментарную. Различные параметры политической пропаганды и контрпропаганды получили свое освещение в работах

общетеоретического и методологического характера, раскрывающих природу и процессуальные особенности информационной политики государства и политических коммуникаций, как отдельных технологий и институтов. К этим трудам следует отнести работы Конечкой В.П., Терина В.П., Назарова М.М., Курлова А.Б., Соловьева А.И., Федотовой Л.Н., Дридзе Т.М. и ряда других ученых¹.

Анализу пропаганды уделяется определенное место в междисциплинарных исследованиях политических коммуникаций, государственной информационной политики, функционирования и регулирования СМИ, государственного управления, стратегического менеджмента и ряда других проблем. Такого рода исследования, к которым надо отнести труды Аронсона Э., Пратканиса Э., Войтасика Л., Почепцова Г.Г., Скуленко М.И., Траверс-Хили Т. и др., в сочетании со специальными работами, способствовали развитию теоретических конструкций первоначального периода изучения пропаганды и обусловили появление различных концептов пропаганды как особой информационной системы².

По мере усложнения и ускорения социальных процессов современная пропаганда часто стала рассматриваться в качестве информационно-психологической операции. Таким образом ее изучение оказалось тесно связанным с многочисленными концептами «информационного оружия», «информационной

¹ См.: Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М., 1997; Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. – СПб.: Питер, 2003; Политические коммуникации. // Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Издание 2-ое. – М., 2002; Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1984; Дридзе Т.М. Социальная коммуникация в управлении с обратной связью//Социс, №10, 1998; Терин В.П. Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия. – М., 1999; Курлов А.Б. Основы теории коммуникации. – Уфа, 2002 и др.

² См.: Аронсон Э., Пратканис Э., Эпоха пропаганды: механизмы убеждения. Повседневное использование и злоупотребление. (3-е издание). – СПб., 2003; Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М., 1981; Почепцов Г.Г. Информационно-психологическая война. – М., 2000; Скуленко М.И. История политической пропаганды. – Киев, 1990; Траверс-Хили Т. Паблик рилейшнз и пропаганда – сравнение ценностей [и значений]//PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., 2002.

войны», «информационного доминирования», «стратегического использования информации в национальной стратегии государства», «информационной безопасности» и проч.³

В контексте пропаганды как технологии контроля за публичной информацией теоретическое осмысление пропагандистских процессов неразрывно связано с изучением политической деятельности СМИ (и тенденций их эволюции особенно в период 1990-2000 гг.) и процесса институализации нового медийно-политического порядка в России, что нашло отражение в работах Вершинина М.С., Вартановой Е.Л., Засурского И.И. и других отечественных ученых⁴.

Для теоретического осмысления процессов функционирования пропаганды в современном российском обществе специфическим значением обладают работы, в которых описываются политико-идеологическая и информационная функции системы государственного управления, а также иные аспекты функционирования этого механизма регулирования социальных процессов (отметим в данной связи работы Соловьева А.И., Валькова А.А., Атаманчука Г.В., Пикулькина А.В.)⁵, плюс технологии, процессы и механизмы формирования и осуществления

³ См. Рудольф Зульцман. Пропганда как оружие в войне. <http://psyfactor.org>; Почепцов Г.Г. Информационные войны. – Киев, 2000; Расторгуев С.П. Информационная война. – М., 1998; Информационная безопасность России в условиях глобального информационного общества. – М., 2001; Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Т.1. – М., 2002; Мансуров Н. С. Современная буржуазная психология. Критический очерк. – М., 1962.

⁴ См. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб., 2001; Вартанова Е.Л. Современная медиаструктура//СМИ в постсоветской России. – М., 2002; Засурский И.И. СМИ в условиях глобальных процессов трансформации: формирование новой системы средств информации и их роль в политической жизни страны, 1990-1998 гг.: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 1998 и др.

⁵ См. Соловьев А.И. Политическая идеология: логика исторической эволюции//Полис, №2, 2001; Вальков А.А. Идея нации в свете русской социально-философской мысли. – Уфа, 1996; Вальков А.А. Философское постижение идеи нации. – Уфа, 1998; Атаманчук Г.В. и др. Государственное управление и государственная служба в трансформирующемся обществе. – М., 2001; Пикулькин А.В. Система государственного управления. – М., 1997 и др.

информационной политики российского государства, представленные в исследованиях Акатовой Н.А., Лобанова В.В., Тавокина Е.П., Нисневича Ю.А. и некоторых других ученых⁶. Значительный вклад в научное осмысление пропаганды внесла работа Лучкина Д.А.⁷, посвященная анализу политической пропаганды в информационной политике России. Но необходимо отметить, что данная работа освещает проблему пропаганды в рамках исключительно информационно-контрольного подхода, опираясь преимущественно на зарубежных авторов, что сужает рассмотрение проблематики пропаганды как комплексного явления и приводит к игнорированию научных результатов, полученных в Советском Союзе.

В контексте работы особый интерес представляют исследования теоретиков пропаганды и контрпропаганды советского периода истории нашей страны. Они могут быть условно подразделены на две группы: во-первых, исследования психологических механизмов пропаганды и их роли в системе массовой коммуникации и общественных отношений (Шерковин Ю.А., Скворцов В.Н., Уледов А.К., Часов В.А. и др.⁸); во-вторых,

⁶ См. Акатова Н.А. Информационные технологии. 5-ая книга. Система государственного управления. – М., 2000; Лобанов В.В. Государственная политика: разработка и реализация. – М., 2000; Тавокин Е.П. Государственная информационная политика. – М., 2001; Нисневич Ю. Информационная политика России: проблемы и перспективы. – М., 1999; Смолян Г.Л., Черешкин Д.С. Стратегия перехода к информационному обществу//Системные исследования. Ежегодник. – М., 2001 и др.

⁷ Лучкин Д.А. Политическая пропаганда в информационной политике российского государства. Дис. ... канд. полит. наук. – М.: РГБ, 2005. – 171 с.

⁸ Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М., 1973; Шерковин Ю.А. Средства массовой коммуникации и их роль в жизни общества//Вопросы психологии, 1972, №1; Скворцов В.Н. Пропаганда теории «конвергенции» в прессе и радиовещании капиталистических стран//Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. Вып. 4. – М., 1971; Часов В. А. Психологический анализ внушения и его практического применения: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – Л., 1959; Уледов А. К. Общественное мнение советского общества. – М., 1963; Часов В. А. Психологический анализ внушения и его практического применения: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – Л., 1959; Буюева Л. П. Социальная среда и сознание личности. – М., 1968; Бжалава И.Т. Установка как механизм действия внушения//Вопросы психологии,

изучение методов пропаганды и контрпропаганды на основе фактического материала (Засурского Я.Н., Ядова В.А., Артемова А.Г., Лисовского В., Калинина М.И., Мансурова Н.С.⁹).

Для теоретического осмысления роли пропаганды в современном российском обществе и ее влияния на вовлеченность граждан в политический процесс специфическим значением обладают работы, в которых дается оценка уровню правового и политического сознания граждан¹⁰.

Указанные выше работы, создавая широкую теоретико-методологическую основу исследования пропаганды, тем не менее не спроецированы на специальное предметное изучение функций пропаганды. Несмотря на то, что в литературе достаточно хорошо исследован ряд правовых, социокультурных и социально-психологических аспектов пропаганды, существует дефицит исследований, позволяющих раскрыть место и роль современной политической пропаганды в России, характерные для нее способы и механизмы поддержания массовых коммуникаций. Кроме того, надо отметить, что все имеющиеся научные разработки рассматривают пропаганду как средство воздействия, основным инструментом которого являются средства массовой информации. Указания на связь пропаганды и идеологии носят практически обязательный, но исключительно теоретический характер (за исключением работ советских теоретиков пропаганды). Воспитательная функция пропаганды предметно не рассматривается в литературе совершенно. Ее упоминание характерно для работ советских теоретиков, но и там

1967, № 2.

⁹ Засурский Я.Н. Техника дезинформации и обмана. – М., 1978; Ядов В.А. Тайна лжи. – М., 1963; Артемов А.Г. Анатомия лжи. – М., 1973; Мансуров Н. С. Современная буржуазная психология. Критический очерк. – М., 1962; Лисовский В. Воспитание убежденности//Наука убеждать. Книга в помощь комсомольскому пропагандисту. Вып. 2. – М., 1969; Калинин М. И. Советы агитатору. – М., 1959.

¹⁰ См. Права человека в российском правосознании (опыт прикладного исследования)/Под ред. проф. М.М. Утяшева. – Уфа, 2004. – 332 с.; О правовой культуре молодежи//Сб. социологических исследований. – М., 2003.; Зубок Ю.А., Чупров В.И. Правовая культура молодежи в ракурсе трансформационных стратегий//Социс, 2006, №6; Курлов А.Б. Социодинамика политических приоритетов электората в условиях регионального самоуправления. – Уфа, 2003; Егорышев С.В. Душин А.В. Философско-правовые проблемы человека. – Уфа, 2000.

это, скорее, дань традиции, чем обоснованное исследование. В качестве исключения можно рассматривать только работы по педагогике¹¹.

Объектом исследования выступает пропаганда как политическая технология, позволяющая формировать долгосрочные социальные установки, влияющие на сферу мотивации и поведения масс.

Предметом исследования являются государственная пропаганда и особенности ее функционирования в Российской Федерации на данном этапе развития.

Цель диссертационного исследования – выявление сущности и особенности реализации государственной пропаганды, специфики ее проявлений в современных политических условиях. Вышесказанное предопределило задачи диссертационного исследования, которые заключаются в следующем:

- изучение процесса формирования теоретических воззрений на пропаганду и выделение основных подходов к данному явлению;
- определение основных понятий работы и их содержания и взаимосвязи;
- определение закономерностей формулирования целей пропаганды и их структуры, рассмотрение взаимосвязи между целями и функциями пропаганды;
- рассмотрение и структурирование методов, методик и приемов пропаганды;
- определение цели пропагандистской политики России и выявление соответствующих ей функций;
- разработка набора стереотипов, предлагаемых к внедрению в общественное сознание, как пример подбора методов пропаганды в зависимости от заданных целей и функций.

Теоретико-методологическая база исследования. Методы и приемы теоретического описания пропагандистских процессов и достижения цели диссертационного исследования определяются предметным полем и характером исследования. В данной связи

¹¹ Напр. Зуев Д.Д. Школьный учебник. – М., 1983; Комаров Е.Г. Политическая культура молодежи: проблемы формирования и развития. – М., 1986; Марьенко И.С. Нравственное становление личности школьника. – М., 1985.

автор, прежде всего, опирается на использование эвристического потенциала системного подхода при анализе пропаганды как целостного, но вместе с тем структурированного явления; исторического метода при рассмотрении вех в истории пропаганды и анализе предпосылок ее различного теоретического осмысления; сравнительного метода при выявлении общего и особенного в различных подходах к определению пропаганды, выявлении наиболее эффективных приемов воздействия, а также в других случаях, требующих сравнительного анализа нескольких явлений. Активно используются общелогические методы анализа, синтеза, индукции, дедукции при систематизации явлений, исследовании роли отдельных граней пропаганды и ее целостного значения в общественной жизни.

Значительное место в работе занимают методы психологии, в частности для рассмотрения массовых процессов автором применяется метод экстраполяции частных психических переживаний на массы. Для достижения цели работы и формулирования представления о состоянии массового сознания автором использовались устные опросы и интервьюирование. Кроме того, междисциплинарный характер работы обусловил использование частных методов правоведения для анализа текста Конституции, педагогики для подбора методов внедрения стереотипов.

Эмпирическую базу исследования составили вторичные социологические исследования¹² правовой культуры и

¹² Правовая культура населения Российской Федерации: состояние и тенденции формирования. http://www.rags.ru/s_center; Самыгин П.С. Правовая культура молодежи в контексте модернизации правовой системы России: По материалам социологических опросов молодежи. // Социально-гуманитарные знания.-2005.- № 4.- С. 208-216; Дубовикова, Н. И. Избирателем не рождаются // Избирательное право, избирательные технологии и библиотеки: опыт Перм. края: сб. ст. и метод. материалов. - Пермь, 2005. - с. 23-25; О.А.Митрошенков Отношение населения и госслужащих к существующему правопорядку и законодательным мерам его укрепления (социологический анализ). <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2004-05/mitroshenkov.pdf>; Духовная культура российского общества. Результаты выборочного социологического опроса населения Российской Федерации. http://www.rags.ru/s_center/opr26.shtm; Права человека в российском правосознании (опыт прикладного исследования)/Под ред. проф. М.М. Утяшева. – Уфа, 2004. – 332 с. и др.

правосознания населения Российской Федерации и бывших союзных республик, проведенные в последние годы, а также результаты социологических исследований различной направленности, проведенные во времена Советского Союза. В работе также активно используются сведения о советских и зарубежных методах пропаганды, о методах военной, в том числе фашистской, пропаганды, содержащиеся в трудах Засурского Я.Н., Шерковина Ю.А., Зульцмана Р. и других¹³. Используются результаты психологических исследований воздействия символа на сознание.

Научная новизна состоит в следующем:

1. обобщены некоторые достижения советской теории пропаганды, которыми необоснованно пренебрегали в последние годы;
2. систематизированы и описаны подходы к изучению пропаганды как самостоятельной политической технологии;
3. даны авторские определения пропаганды, государственной пропаганды и пропагандистской политики;
4. систематизированы методы, приемы и методики пропаганды, определено их соотношение и структура соподчинения;
5. предложена классификация функций пропаганды в зависимости от целей пропагандистской политики.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Любой из существующих подходов к изучению и определению пропаганды, имеет своей конечной целью выяснение ее роли в управлении обществом, и, следовательно, носит политологический характер, акцентируя внимание на отдельных гранях данного явления.
2. Пропаганда – это многоэлементная политическая технология, ориентированная на управление обществом путем

¹³ Арбатов Ю. А. Империалистическая пропаганда США – доктрина и методы//Современная буржуазная идеология в США (Некоторые социально-идеологические проблемы). – М., 1966. – 360 с.; Горбунов В. С., Гусев Г. В., Заболотских Г. Н. Методика партийной пропаганды. Учеб. пособие. – М.: Воениздат, 1980. – 142 с.; Засурский Я.Н. Техника дезинформации и обмана. – М.: Мысль, 1978. – 246 с.; Уледов А. К., Артемов В. Л., Варламов А. В. Общественное мнение и пропаганда. – М.: Мысль, 1980. – 270 с.; Шерковин Ю.А. Убеждение, внушение и пропаганда//Вестник МГУ. Серия XI «Журналистика». – 1969. №5. – с. 28-42; Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне. <http://psyfactor.org> и др.

формирования у реципиентов прочных социальных установок и стереотипов, отвечающих интересам коммуникатора.

3. Сущностным содержанием пропагандистского воздействия независимо от его методов является проведение операций над стереотипами, которые закрепляются, поддерживаются либо изменяются в общественном сознании.

4. Метод пропаганды представляется совокупностью приемов. При этом прием – это способ пропагандистского воздействия, который не подлежит внутреннему дроблению. Совокупность методов пропагандистского воздействия, обусловленная достижением определенной цели (реализацией конкретной функции пропаганды) – это методика пропаганды.

5. Цель пропаганды — это будущее желаемое состояние сознания и поступков масс, социальных групп, коллективов, отдельных личностей. Пропаганда, являясь целесообразной деятельностью, не приносит позитивных результатов без четкого определения целей разного уровня и условий их достижения.

6. Функции пропаганды, определяемые как направления (задачи), конкретизирующие путь достижения цели пропаганды и обеспечиваемые манипулятивным воздействием на общество, подразделяются на имманентные и ситуативные (субъективные). Цели пропаганды по отношению к ее функциям имеют первичный характер.

7. Пропагандистская политика – это комплекс информационно-манипулятивных мер, направленных на общество для достижения определенного социального эффекта поддержки либо отторжения идей, мнений, ценностей. Источником формирования пропагандистской политики служат официально закрепленные ценности, трансформированные к существующей мировоззренческой ситуации.

8. Пропагандистская политика Российской Федерации должна сочетать элементы либеральной идеологии, касающиеся прав человека и их защиты, концепции гражданственности, как сознательного отношения к обязанностям гражданина перед государством, быть ориентирована на подрастающее поколение и вписываться в систему обучения и воспитания.

Особое значение имеет управление созданием стереотипных представлений в детском и подростковом возрасте, ввиду того, что установки, воспринятые в детстве, являются наиболее прочными и

значимыми, определяющими возможность и степень успешности дальнейшего пропагандистского воздействия.

Теоретическая и практическая значимость исследования проявляется, как в комплексном подходе к исследованию функций политической пропаганды, так и в рассматриваемых методиках их реализации, а также в комплексном изучении стереотипизационных процессов как сущностной составляющей пропагандистского воздействия. Выявляются также детерминанты, определяющие выбор методики стереотипизации в зависимости от поставленных целей и избранных направлений пропаганды.

Кроме того, научная новизна и теоретическая значимость исследования состоит в обобщении части наследия советской теории пропаганды и массовых социальных коммуникаций, введении в научный оборот широкого спектра информации о теоретических и практических изысканиях отечественных теоретиков 60-70-х гг. XX века, выявлении причин, способствовавших падению результативности советской пропаганды во второй половине 70-х гг. XX века, а также рассмотрении роли и возможностей пропаганды в процессе воспитания и школьного образования.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные в диссертации выводы и положения дают возможность более углубленно изучать и описывать процессы пропагандистского воздействия и степень их адекватности поставленным коммуникатором целям, а также четче определять эффективность различных пропагандистских акций. Кроме того, автором предлагается ряд конкретных стереотипов, внедрение которых возможно в сферу мотивации в процессе школьного обучения и воспитания. Произведен подбор приемов, позволяющих максимально эффективно манипулировать внедряемыми положениями, обеспечивая их восприятие реципиентами, сохраняя при этом возможность для коммуникатора в будущем акцентуализировать либо нивелировать конкретный стереотип.

Полученные выводы и результаты исследования могут быть использованы для разработки и обновления ряда специальных курсов в рамках дисциплин гуманитарного цикла высшей школы, посвященных проблемам массовой коммуникации.

Апробация работы. Основные положения диссертационной работы излагались автором в 6 научных статьях, а также нашли свое отражение в выступлениях на научно-практических конференциях

регионального и международного уровня: II Международный конгресс конфликтологов «Современная конфликтология: пути и средства содействия развитию демократии, культуры мира и согласия» (Санкт-Петербург, 2004), «Развитие гражданственности и права человека» (Уфа, 2005), «Юридическая наука: проблемы и перспективы развития (региональный аспект)» (В.Новгород, 2005), «Институты гражданского общества в механизме защиты прав человека» (Уфа, 2006).

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы из 199 наименований и приложения. Общий объем работы 168 страниц.

Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования. Также во введении отражены теоретико-методологические и эмпирические основы работы, сформулирована ее научная новизна, положения, выносимые на защиту. Обозначены теоретическая и практическая значимость исследования, указаны формы апробации результатов и структура диссертационного исследования.

В первой главе **«Теоретические и методологические основы исследования пропаганды»** рассмотрена история пропаганды, как самостоятельной политической технологии, затронуты вопросы, касающиеся ее теоретического осмысления, исторически и методологически обусловленных подходов к трактовке данного явления. Дается авторское определение таких понятий как «пропаганда», «государственная пропаганда», «идеология», «национальная идея» и др., выявляется их взаимосвязь и соотношение.

В начале XX века многие исследователи уделяли пропаганде самое пристальное внимание. Тактику и стратегию привнесения должного классового сознания с учетом территориального и национального факторов разрабатывал В. Ленин. Великий русский психолог В.М. Бехтерев и французский судья Г. Тард исследовали закономерности поведения человека в толпе. И.П. Павлов изучал физиологические особенности формирования и закрепления стереотипов. Закономерности поведения «толп» выявляли Г. Лебон,

Э. Канетти, Х. Ортега-и-Гассет. Повышение грамотности населения и расширение избирательных прав детерминировали исследования в области рекламы и связей с общественностью.

Изучение пропаганды, ее организации и техник велось после I Мировой войны наиболее интенсивно в Германии, Великобритании и США. Вне зависимости от политического режима характер изучаемого явления приводил авторов к более менее схожим выводам о ее практически безграничном всемогуществе в управлении обществом.

Исходя из цели властного объединения массовых аудиторий, пропаганда того периода апеллирует и адресует свое сообщение именно широким массам людей, ведь нет смысла проповедовать доктрину интеллектуалам, т.к. они могут самостоятельно сформировать свое мнение, поэтому основная цель пропаганды – привнести определенные темы в поле видения масс.

После II Мировой войны пропаганда стала оружием в мировом процессе идеологического столкновения в период между локальными военно-политическими конфликтами.

Изучение истории развития воззрений на пропаганду, как политическую технологию позволяет выделить несколько подходов к ее анализу. Хотя их разделение представляется достаточно условным, но тем не менее, совершенно без него обойтись нельзя, так как оно позволяет как вычлениить особенности пропагандистского воздействия из различных сфер жизни, так и сформировать целостное представление об этом достаточно сложном явлении.

Психологический подход исследует вопрос о механизмах пропагандистского воздействия преимущественно на уровне формирования установок и процессов стереотипизации. Характерной особенностью этого подхода является его ориентированность на изучение стереотипизации как свойства высокоорганизованной материи – мозга.

Подход к пропаганде как к системе информационного контроля исходит из тезиса, что будучи важнейшим управленческим ресурсом современного и постиндустриального общества, средства массовой информации всегда находятся под той или иной формой государственного контроля. В связи с тем, что государство не может позволить себе отказаться от контроля за масс-медиа в настоящее время пропаганда представляет собой систему глобального

информационного контроля, элементы которой включены практически во все социально значимые процессы.

Концепт пропаганды как информационно-психологической операции обычно принято связывать с такими понятиями как «психологическая война», «информационная война», «психологическое оружие» и т.п. Принципиальное отличие данного подхода от всех других заключается в том, что он исследует, в первую очередь, возможности и последствия пропаганды «на врага» (здесь «враг» – это человек с убеждениями, противоположными тем, в которых заинтересован коммуникатор), который, как правило (но не обязательно), находится за пределами государства, инициирующего такую пропаганду. Широкое практическое применение такой пропаганды в I и II Мировых войнах уже в конце 1940-х годов позволило провести обобщение не только способов и методов информационной войны, но и их последствий.

Социологический подход к изучению пропаганды обнаруживает невероятный разбой в дефинициях, что обусловлено следующим фактором: целью социологического подхода является определение закономерностей воздействия пропаганды на общественные отношения. При этом объект пропаганды, не вдаваясь в суть предмета, обозначают то как «сознание масс», то как «общественную психологию» или «ценностные ориентации», то как «психологические установки» или «общественное мнение». В связи с таким разнoboем одним из ключевых вопросов здесь является вопрос о том, куда устремляются информационные потоки, синтезируемые в процессе пропагандистского воздействия, что стремятся они изменить или, напротив, удержать под контролем с точки зрения социологии.

Системный подход рассматривает пропаганду как комплексное явление, тесно взаимосвязанное с различными сторонами жизни общества. Системный подход к анализу пропагандистской деятельности активно разрабатывался в Советском Союзе в основном применительно к анализу результативности воздействия. При этом подчеркивалось общее методологическое значение признания многообразия общественных и политических связей.

Каждый из перечисленных подходов представляет собой самостоятельное направление в изучении пропагандистского воздействия на общество. Естественно, что развиваются они не

изолированно, в связи с чем иногда достаточно сложно отнести ту или иную дефиницию к определенному подходу. Вместе с тем каждый из них концентрирует свое внимание на каком-то определенном аспекте пропаганды, позволяя взглянуть на нее со своей уникальной точки зрения. Однако есть одно обстоятельство, которое позволяет говорить о том, что пропаганда – это, в первую очередь, явление политическое: каждый из приведенных подходов к изучению этого сложного явления в конечном итоге определяет пропаганду как явную или неявную технологию управления обществом через формирование определенной системы мировоззрения.

В первой главе также определены ключевые понятия работы:

Пропаганда – многоэлементная политическая технология ориентированная на управление обществом путем формирования у реципиентов прочных социальных установок и стереотипов, отвечающих интересам коммуникатора.

Государственная пропаганда – политическая технология направленная на обеспечение поддержки (одобрения) обществом определенного типа государственности в пределах конкретной страны путем формирования системы социальных установок и стереотипов.

Пропагандистская политика – комплекс информационно-манипулятивных мер, направленных на общество для достижения определенного социального эффекта поддержки либо отторжения идей, мнений, ценностей.

Собственная пропагандистская политика может быть у различных партий, общественных движений, корпораций и т.п. С учетом объекта и предмета исследования в дальнейшем речь будет идти о пропагандистской политике государства, а термины «государственная пропаганда» и «пропагандистская политика» в силу близости из содержания используются в качестве взаимозаменяемых.

Определяется также взаимосвязь между идеологией, как источником пропаганды, и национальной идеей. Государственная или общенациональная идеология есть модель исходящих от государства идей и их последовательная селекция силами и средствами государства. Национальная идея – менее целостная и систематизированная, более эскизно обрисованная совокупность

общепризнанных и поддерживаемых государством ценностных ориентации.

Национальная идея рассматривается как средство преодоления идентификационного кризиса современного российского общества, поскольку (при всем многообразии дефиниций) практически все исследователи отмечают, что она должна содержать осознаваемые всеми национально-государственные цели и интересы.

Вторая глава **«Цели, функции и методы пропаганды»** освещает вопросы взаимосвязи между целями и функциями пропаганды. Автором предложена классификация функций пропаганды в зависимости от целей пропагандистской политики, проведено ранжирование и классификация целей. Кроме того, систематизированы методы, приемы и методики пропаганды.

Цель пропаганды — это будущее желаемое состояние сознания и поступков масс, социальных групп, коллективов, отдельных личностей. В наиболее общем виде цели пропаганды — это: 1) влиять (как максимум — формировать) на мировоззрение общества в целом и каждого его члена в частности; 2) обеспечивать преемственность ценностей и мировоззрения; 3) «вырабатывать иммунитет» к восприятию иных ценностей.

Представляется возможным все цели пропаганды классифицировать на стратегические (перспективные) и тактические (текущие, ситуационные, разовые, узкоспециализированные). Разумеется, такое деление во многом условно. В действительности цели пропаганды, переплетаясь между собой в реальной обстановке, выступают как единое неразрывное целое.

Принципиальное значение для успеха пропаганды имеет оптимальный выбор цели, на который влияет ряд внешних и внутренних (по отношению к пропаганде) факторов.

К внешним факторам следует отнести следующие: потребности социального управления; коммуникационная обстановка; содержание и новизна положений, утверждаемых пропагандой; особенности аудитории.

Внутренние факторы включают: характеристики источника пропаганды; объем информации, имеющейся в распоряжении пропагандиста; жанровые и типологические особенности пропагандистского материала.

Функции пропаганды – направления (задачи), конкретизирующие путь достижения цели пропаганды и обеспечиваемые манипулятивным воздействием на общество.

Автор предлагает следующую классификацию функций пропаганды: имманентные (идеологическая, воспитательная, унифицирующая); ситуативные (легитимирующая, интегративная и дезинтегративная, дестабилизирующая и консервативная (стагнационная), историческая, побуждающая).

Что касается методов и приемов пропаганды, надо отметить, что данный вопрос отличается малой степенью систематизации и обобщения как в отечественной, так и в зарубежной литературе. Границы между приемами и методами крайне расплывчаты, а зачастую и противоречивы. Возможная неоднозначность оценки одних и тех же действий коммуникатора в зависимости от конкретной ситуации так же существенно усложняет внесение стройности и системности в вопрос о методах пропагандистского воздействия.

Метод пропаганды представляется совокупностью приемов. При этом прием – это способ пропагандистского воздействия, который не подлежит внутреннему дроблению. Например, замедление темпа изложения – это прием пропаганды, так как расчленив его на самостоятельные составляющие не представляется возможным. Выступление по актуальному вопросу политики (скажем, во время какой-то разъяснительной кампании) – метод пропаганды, который может сочетать такие приемы воздействия на слушателя как гиперболы, повторения, обобщения, «наклеивание ярлыков» и др.

Совокупность методов пропагандистского воздействия, обусловленная достижением определенной цели (реализацией конкретной функции пропаганды) представляется уместным обозначить как методику пропаганды.

В рамках диссертационного исследования особый интерес представляют такие методики пропагандистского воздействия как внушение и убеждение.

Данные методики предполагает указание на преимущественный тип психологического воздействия на реципиента. Они отличаются по механизму восприятия реципиентом утверждений коммуникатора: убеждение базируется на критическом, сознательном восприятии реципиентом пропагандистских

сообщений, а внушение на изначальной вере в истинность сообщений.

При определении функций убеждения рядом исследований было установлено, что убеждением главным образом достигается усиление ранее созданных установок. На основе механизма селективной перцепции аудитория преимущественно выбирает для восприятия ту информацию, которая соответствует имеющимся социальным установкам. Помимо указанной функции усиления убеждение может способствовать малым изменениям (например, в интенсивности мнения), конверсии (кардинальному изменению ранее сложившихся установок), формированию новых установок.

Внушение же оказалось единственно возможным способом передачи идей, недоказуемых с помощью логических доводов или представляющихся абсурдными с точки зрения здравого смысла и привычных норм. Именно по этой причине становились возможными психические эпидемии кликушества, деятельность различных, распространение слухов о массовой эпидемии опасной болезни или близком конце света и т. д.

В использовании внушения как психологического инструмента в массовом информационном воздействии в современных условиях четко определились две противоположные тенденции. Одна из них сводится к тому, что внушение делается основным способом организации общественного мнения и манипулирования сознанием масс. Особенность второй тенденции заключается в том, что внушение выступает как вспомогательный механизм, дополняющий собой убеждающую коммуникацию и повышающий ее эффективность в тех случаях, когда необходимо преодолеть сопротивление убеждению в силу возникшего по какой-либо причине недоверия, неразвитой психики, неясного представления аудиторией своих интересов, имеющихся негативных установок или аномального состояния сознания, наблюдаемого у людей, например, в моменты начала стихийных бедствий. В соответствии с этой тенденцией применение внушения становится возможным и целесообразным в ситуациях, когда четкое и строгое логическое доказательство оказывается субъективно неубедительным для аудитории из-за чувств, которые испытывают слушатели или читатели к источнику информации, из-за классовых, групповых или явно эгоистических интересов, питающих собой вполне очевидную предубежденность.

Глава третья «Государственная пропаганда в Российской Федерации» посвящена практическим вопросам действующей государственной пропаганды и ее трансформации, которая, по мнению автора, будет способствовать повышению ее эффективности в деле построения правового демократического государства.

Проблема верного выбора цели пропаганды, как было показано выше, является одной из самых важных при формулировании основ пропагандистской политики. На наш взгляд, наиболее адекватный путь ее решения заключается в анализе целей, стоящих перед нашим государством в целом, выделение в реализации этих целей идеологической и мировоззренческой составляющих и определение на этой основе цели пропагандистской политики, как средства воздействия на стереотипы и мировоззрение масс.

Анализ текста Конституции Российской Федерации позволяет получить представление о том, каким должно быть наше государство: правовым, демократическим, светским, социальным, суверенным, федеративным.

Фактически мы имеем дело с идеалами, к которым надо стремиться, с ценностями, на которые надо ориентироваться. На наш взгляд именно этим и определяется цель государства на данном этапе: стремлением минимизации разрыва между декларируемым в Конституции и реальным положением дел в Российской Федерации.

Современное состояние пропаганды в Российской Федерации не позволяет говорить об удовлетворительном состоянии построения гражданского общества, являющегося одним из неотъемлемых элементов правового демократического государства. Недостаточно последовательно внедряются идеалы и ценности, характерные для либерального общества. В социуме распространены правовой и политический нигилизм, что существенно осложняет появление и функционирование институтов гражданского общества. Фактически сейчас речь идет не о необходимости просто повышения правовой и политической культуры граждан, а о коренном ее преобразовании, о построении гражданского сознания нового типа. А это чрезвычайно многогранный процесс, успешность которого обусловлена не только экономическими и политическими факторами, но и духовными, культурными составляющими. О его сложности и длительности говорит хотя бы такой факт: за годы абсолютной советской власти

так и не удалось сформировать востребованную власть предрождающими тип сознания.

Для формирования нового мировоззрения нужно решить проблему конкретизации идеи и ценностей, нуждающихся в закреплении в общественном сознании.

Представляя собой совокупность идей и ценностей, лежащих в основе системы мировоззрения, современная идеология находит свое зримое закрепление в Основном законе страны. Анализ преамбулы и первой главы Конституции Российской Федерации позволяет выделить следующие ценности, значимость которых там закреплена: человек – главная ценность (ст. 2); права и свободы человека – вторая составляющая главной ценности (ст. 2); суверенная государственность (преамбула); демократия (преамбула, ст. 1); правовое государство (ст. 1); целостность территории (преамбула, ст.4); благополучие и процветание России (преамбула).

Будучи установленными в качестве значимых общегосударственных идей и ценностей, все они в целом вписываются в идеологию либерализма, в самом общем виде понимаемую «как идеологию, главной ценностью которой является свобода индивида. Все социальные и, политические системы и институты оцениваются в соответствии с данной ценностью как универсальным критерием».

Потребность в новом типе мировоззрения детерминирует потребность в формулировке новых лозунгов на основе новой идеологии. Это актуализирует идеологическую функцию пропаганды. Вторая имманентная функция пропаганды – воспитательная – привлекает к себе особое внимание в контексте поставленной цели пропаганды. Это связано как с тем, что основы сознательного восприятия мира и тенденции его анализа закладываются в детстве, так и с тем, что воспитание – процесс наиболее близкий к формированию социальных установок и стереотипов. Именно в процессе воспитания у человека формируются представления о базовых ценностях общества, причем происходит это в форме, которая практически исключает возможность их последующего пересмотра.

Унифицирующая функция, как имманентная, также должна быть присуща пропагандистской политике Российской Федерации, так как обозначенная цель пропаганды предполагает внесение значительных изменений в сферу массового сознания. При этом

предполагается внесение единообразных изменений в установки различных страт и групп внутри страны.

Современное состояние российского правосознания позволяет из всего перечня ситуативных функций выбрать две наиболее актуальных: легитимизирующую и побуждающую.

С учетом выделенных основных целей, которые должна преследовать пропагандистская политика России (1 – внедрение и популяризация основ идеологии, отражающей процессы демократизации общества (идеологическая функция); 2 – воспитание населения (особенно подрастающего поколения и молодежи) в духе указанной идеологии с тем, чтобы ее элементы оказались включенными в нравственную и мотивационную сферы (воспитательная функция); 3 – создание и внедрение на базе указанной идеологии определенных типов поведения и реагирования, характерных для демократического общества или для наших представлений о нем (унифицирующая функция); 4 – повышение доверия к правительству и властным структурам (легитимизирующая функция); 5 – стимулирование граждан к участию в общественной и политической жизни, например, к сознательному участию в выборах, самостоятельной защите своих прав и т.п. (побуждающая функция)) и избранной теоретической платформы предлагается внедрять следующие стереотипы:

Мы – россияне. Воспитание гражданского самосознания и интеграции общества.

Мир един. Пробуждение интереса к происходящему в мире. Осознание того, что нельзя быть абсолютно независимым от мировых процессов.

Каждая культура уникальна. Воспитание толерантности.

Оружие – не выход. Нацеленность на мирное решение конфликтов.

Экология – забота каждого. Забота об окружающей среде.

Политика – дело каждого. Сознательное отношение к политике и преодоления деполитизированности общества.

Права человека – достояние государства. Примат личности над государственным аппаратом.

Права порождают обязанности. Воспитание гражданственности как сознательного отношения к своим правам и обязанностям.

Перечень рекомендуемых для внедрения стереотипов и методов для этого определяется некоторыми тенденциями как в сознании молодежи, так и в политической жизни России в целом.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы исследования и определены дальнейшие перспективы изучения государственной пропаганды как самостоятельной политической технологии.

По теме диссертационного исследования опубликованы работы:

1. Пропаганда идеи гражданского общества среди молодежи/ Вестник Башкирского университета. – 2007. – №1. 0,2 п.л.

2. Конфликтотенный характер прав человека в современной России/ Творческие этюды. К пятой годовщине кафедры прав человека и политико-правовых учений Института права БашГУ. Сборник научных трудов. Выпуск второй. – Уфа: РИО БашГУ. – 2005. 0,2 п.л.

3. Формирование гражданственности современной молодежи/ Развитие гражданственности и права человека. Материалы региональной студенческой научно-практической конференции 14 декабря 2005 г. –Уфа: РИО БашГУ. – 2005. 0,2 п.л.

4. К вопросу о государственной пропаганде/ Правовое государство. – 2006. – №3 (5) 0,2 п.л.

5. Пропаганда идеи гражданского общества среди молодежи: есть ли необходимость?/ Институты гражданского общества в механизме защиты прав человека. Материалы региональной студенческой научно-практической конференции 15 декабря 2006 г. –Уфа: РИО БашГУ. – 2007. 0,2 п.л.